

© **Кондюрина Ирина Михайловна (2019)**, кандидат педагогических наук, доцент, кафедра русского и иностранных языков, Российский государственный профессионально-педагогический университет (Екатеринбург, Россия), im.kon@mail.ru

© **Соснин Александр Сергеевич (2019)**, студент магистратуры, кафедра информационных систем, Российский государственный профессионально-педагогический университет (Екатеринбург, Россия), salexandr18@gmail.com

© **Шушин Александр Юрьевич (2019)**, старший преподаватель, кафедра русского и иностранных языков, Российский государственный профессионально-педагогический университет (Екатеринбург, Россия), shushin2014@inbox.ru

Коммуникативное обучение студентов английскому языку для успешного участия в международных проектах

Аннотация. Рассматривается вопрос о коммуникативном обучении студентов английскому языку. Обосновывается необходимость формирования и развития умений и навыков деловой коммуникации для последующей успешной профессиональной самореализации. Особое внимание уделяется коммуникативному бизнес-ориентированному подходу в обучении с целью подготовки специалистов в рамках межкультурного делового общения.

Актуальность исследования обусловлена социальным запросом на подготовку специалистов, умеющих выстраивать иноязычное общение с зарубежными коллегами с учетом особенностей русского и английского менталитета.

Ключевые слова: деловое общение, информация, аргументация, межкультурная коммуникация, культура, партнерские взаимоотношения, иноязычная подготовка.

© **Kondyurina Irina M. (2019)**, candidate of sciences (Pedagogy), associate professor, the chair of Russian and foreign languages, Russian State Vocational Pedagogic University (Yekaterinburg, Russia), im.kon@mail.ru

© **Sosnin Alexander S. (2019)**, student of magistracy, the chair of informative systems, Russian State Vocational Pedagogic University (Yekaterinburg, Russia), salexandr18@gmail.com

© **Shushin Alexander Yu. (2019)**, senior lecturer, the chair of Russian and foreign languages, Russian State Vocational Pedagogical University (Yekaterinburg, Russia), shushin2014@inbox.ru

Communicative Teaching Students English for Successful Participation in International Projects

Abstract. The issues of teaching students English for its application in international business and also of the need for communication in a foreign lan-

guage in future professional activity as part of intercultural business communication are examined. The relevance of learning English to be ready for successful professional self-realization is substantiated. Particular attention is paid to a communicative business-oriented approach to learning English which is aimed at the training specialists in business communication.

Development and formation of business communication skills in the student specialty are proposed to be carried out by modeling possible situations that occur in business communication with English as the working language. The relevance of the study is determined by a social request for specialists who can build foreign language communication with foreign colleagues taking into account the peculiarities of the Russian and English mentality.

Keywords: business communication, information, argumentation, intercultural communication, culture, partner relations, foreign language training.

В современном мире любая управленческая деятельность, связанная с участием в международных проектах, невозможна без организации эффективной коммуникации между всеми участниками. Функционирование предприятий напрямую зависит от налаживания каналов коммуникации между всеми элементами организационной системы.

С целью повышения эффективности бизнес-коммуникации внутри организации для сотрудников проводят различные тренинги и мастер-классы, которые способствуют развитию языковых навыков и умений. Иноязычная подготовка заключается прежде всего в получении навыка эффективно осуществлять коммуникацию на иностранном языке непосредственно в процессе профессиональной деятельности. Именно получение данного навыка в настоящее время является особенно актуальной задачей [3].

Успех в бизнесе связан с сознательным решением утвердить новую культуру, т. е. опробовать новые концепции, новые идеи и новую стратегию. «Это стремление к совершенству движет нами, ведет нас вперед к конечной цели, к удовлетворению наших потребностей. Путь к успеху включает поиски нового, активное творчество, стратегическое управление, постоянное совершенствование, преданность делу, плодотворный труд» [4, с. 123].

Почему одни управленцы добиваются успеха в деловой коммуникации с иностранными партнерами, имеют успех в общении, а другие терпят неудачу, не могут добиться взаимопонимания? Причины могут быть самыми разнообразными: психологические и культурные особенности иностранных партнеров, степень и корректность восприятия информации, качества конкретного участника коммуникации, его специальность, род занятий и т. д.

Для осуществления бизнес-коммуникации также необходимо выявить роль информации в процессе межкультурной коммуникации. Данная информация может быть разделена на три категории:

1) функциональная – содержит информацию, необходимую сотрудникам организации (участникам бизнес-коммуникации) для обеспечения функционирования организации. Информация такого типа может содержать цели, задачи, директивы, передается по официальным каналам фирмы и практически не зависит от степени централизации предприятия. Обмен такой информацией называется формальным общением;

2) координационная – передается между функциональными подразделениями организации (в горизонтальном направлении). Иными словами, это общение, связанное с организацией совместной деятельности по решению задач фирмы. Обмен информацией в данном случае происходит в рамках различных встреч, телефонных звонков, служебных писем, объявлений;

3) оценочная – содержит информацию, включающую оценку статуса сотрудника (должности, награды, поощрения, вклад в деятельность предприятия), сведения об организации.

Любой процесс общения является прежде всего процессом коммуникации (от лат. communication – делать общим, связываться, общаться). В менеджменте коммуникация определяется как процесс обмена информацией, в процессе которого управляющий получает информацию, необходимую для управления фирмой и принятия решений, а также доводит принятые решения непосредственно до сотрудников фирмы.

В процессе общения информация не только передается, но и формируется, уточняется и изменяется. Управляющий, несомненно, заинтересован в том, чтобы информация, которую он адресует собеседнику, была им корректно воспринята, поэтому он должен определенным образом организовать общение. Эффективными слагаемыми общения являются его цель, подготовка информации, непосредственное общение и принимаемое решение как результат общения. Рассмотрим основные компоненты (этапы) общения.

Цель общения. Говорящий должен иметь четкое представление о предмете разговора (деловой идее), должен воздействовать на собеседника таким образом, чтобы цель общения была достигнута. Как показывает опыт, многие идеи не реализуются лишь потому, что у собеседников нет ясности и продуманности в постановке вопроса, который необходимо решить.

Подготовка к общению. Процесс подготовки к проведению делового общения предусматривает составление плана, в котором необходимо учесть несколько моментов:

- участники беседы должны располагать временем для проведения спокойного, неторопливого разговора;
- следует предотвратить появление различных факторов, которые могут помешать проведению беседы. Если такие факторы возникают непосредственно в момент проведения беседы, их следует мгновенно устранять;
- все участники должны быть настроены на проведение беседы, необходимо исключить все отрицательные эмоции, которые могут негативно сказаться как на самом общении, так и на его результатах.

Место общения. Следует подготовить место, где произойдет деловой разговор. Оно должно удовлетворять нескольким условиям. Во-первых, ничто не должно отвлекать или мешать общению, следует устранить посторонний шум, неприятные запахи и т. п. Во-вторых, место проведения делового разговора должно быть хорошо оснащено (официальные и нормативные документы, программное обеспечение и т. п.).

Передача (получение) информации. Этот этап логически продолжает начало беседы и в тоже время является барьером для перехода к этапу аргументации. Цель этой части общения состоит в решении следующих задач: сбор специальной информации по имеющимся проблемам, по запросам и пожеланиям собеседника; выявление его мотивов и целей; передача собеседнику запланированной информации; анализ и проверка позиции партнера по общению.

Особую сложность в процессе коммуникации составляет проблема, связанная с умением слушать собеседника. Восточная мудрость гласит: «Истина лежит не на устах говорящего, а в ушах слушающего». Опытные менеджеры считают, что умение слушать является одним из основных показателей уровня культуры человека.

По манере слушания можно выделить три типа слушателей: внимательные, пассивные и агрессивные.

Результаты проводимых исследований в области коммуникации показывают, что только 10 % людей умеют выслушать собеседника.

Аргументация. Перед этапом аргументации следует продумать вопросы, которые необходимо задать собеседнику, а также предусмотреть возможные варианты ответов на них. Также необходимо попытаться пред-

положить вероятные вопросы, которые может задать партнер по общению, и подготовить ответы на них. В процессе этой работы появится набор аргументов, их можно будет применять непосредственно для подтверждения выдвигаемого тезиса или занимаемой позиции. Хорошо подобранные аргументы дают возможность полностью или частично изменить мнение собеседника, убедить его в своей позиции.

Для проведения эффективной аргументации следует придерживаться следующих правил:

1. В процессе аргументации следует употреблять простые, ясные, точные слова и выражения.
2. Темп и способы аргументации необходимо выбирать с учетом особенностей характера собеседника.
3. Аргументация должна быть корректной по отношению к собеседнику.

Подведение итогов общения. Искусство общения проверяется после состоявшегося разговора. Результаты беседы не следует переоценивать, так как посредством одного разговора не всегда удастся достичь стратегических целей общения и понять собеседника.

В процессе анализа беседы следует внимательно оценить отношение собеседника к тем событиям, людям и фактам, которые стали предметом разговора.

Принятие решения является заключительным этапом общения: подводятся общие и частные итоги беседы, обсуждаются полученные результаты, конкретизируются вопросы для дальнейшего рассмотрения, а также определяются нерешенные в процессе общения проблемы.

Итак, межличностное общение базируется на определенных навыках, которые постоянно совершенствуются в процессе всей трудовой деятельности менеджера. Руководитель не должен их недооценивать, поскольку без них невозможно эффективное управление организацией.

Сочетание речевых навыков и навыков деловой коммуникации способствует достижению успехов в международном бизнесе, развитые коммуникативные умения помогают руководителям организаций выстраивать общение с зарубежными партнерами.

Для установления кооперативной коммуникации рекомендуется использовать коммуникативные клише [1, с. 66–68].

Речевые клише, помогающие установить контакт:

Сегодня я предлагаю обсудить...;

Мне хотелось бы начать нашу беседу с...;

Может быть, мы начнем наш разговор с...;

Если Вы не возражаете, начнем нашу беседу с обсуждения...

Рекомендуемые выражения для отстаивания собственной позиции:

Давайте вернемся к обсуждению этого пункта с несколько иных позиций;

Может быть, мы рассмотрим и другие стороны этого решения;

Возможно, Вы согласитесь с наличием и другого варианта решения этого вопроса;

Может быть, Вам будет интересно узнать заключение экспертов по этому вопросу.

Коммуникативные обороты для выражения сомнения и неопределенности:

У меня пока не сложилось окончательного мнения по этому поводу;

Мне кажется, что этот вариант решения несколько преждевременен;

Меня несколько смущает наличие...;

Я бы предпочел другое решение этой задачи.

Вежливые формы отказа:

Очень жаль, но мы не имеем возможности...;

Наша точка зрения расходится с Вашей...;

В целом предложение приемлемо, но...;

Согласиться с Вашим вариантом... сложно, поскольку его реализация может вызвать определенные затруднения;

К сожалению, мы не можем принять Ваши условия.

Фразы, которые рекомендуется использовать при завершении делового общения:

Давайте подведем итоги наших договоренностей;

Давайте еще раз коротко сформулируем каждое предложение (мнение);

Я считаю, что проблему... можно считать решенной;

Позвольте поблагодарить Вас за участие в сегодняшнем обсуждении и выразить надежду на дальнейшее сотрудничество;

Спасибо, что нашли время принять участие в нашем разговоре.

А. Пилбим, английский исследователь и специалист в области межкультурной коммуникации, в своем исследовании сравнил некоторые британские и русские культурные ценности. К типично британским ценностям он отнес «прагматизм, терпимость к другим, умеренность, уважение, индивидуализм и следование традициям». К характерным ценностям русских людей – «духовность, романтизм, идеализм, коллективизм, терпение, семья и близость к природе» [5, с. 78].

Американский антрополог Э. Холл описал два контрастирующих типа отношения ко времени. Для некоторых культур все начинается и заканчивается вовремя: люди планируют встречи с учетом определенных временных интервалов и занимаются только одним делом в назначенное время. Для других все происходит наоборот: многие дела делаются в одно и то же время, мероприятия начинаются и заканчиваются поздно, но никто этого не замечает, так как время менее важно, чем люди и содержание обсуждаемых вопросов [6].

Еще одним ключевым критерием межкультурной коммуникации является отношение к информации (степень избегания неопределенности). Например, есть культуры, представители которых предпочитают избегать неопределенности, не любят незапланированные встречи, неподготовленные бизнес-ситуации, теряются, когда существует неопределенность или двойственность в исходе делового общения.

«Таким образом, необходимо представлять весь этот сложный коммуникативный процесс, в котором участвуют представители разных культур с различными стереотипами поведения и лежащими в их основе ценностями» [2, с. 98]. Знание и использование иностранного языка – это только часть рассматриваемого вопроса. Осознание, принятие других культур не менее важны. Преподавателю иностранного языка при коммуникативном обучении студентов английскому языку нужно учитывать все компоненты эффективного делового общения, необходимые для последующей профессиональной деятельности обучающихся (участие в международном бизнесе).

Список литературы

1. *Евтюгина, А. А.* Деловое общение: от стиля к жанру / А. А. Евтюгина // Социокультурное пространство России: общество, образование, язык. Екатеринбург: Ажур, 2013. Вып. 2. С. 59–70.

2. *Кириллова, Н. Б.* Менеджмент культуры: учебное пособие / Н. Б. Кириллова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. 158 с.

3. *Кондюрина, И. М.* Обучение иноязычной научной коммуникации магистров в неязыковом вузе / И. М. Кондюрина, Е. В. Гришина, В. В. Шевелева // Социокультурное пространство России и зарубежья: общество, образование, язык. Екатеринбург: Ажур, 2018. Вып. 7. С. 107–121.

4. *Моррис, Р.* Маркетинг: ситуации и примеры: перевод с английского / Р. Моррис. Москва: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1996. 192 с.

5. *Пилбим, А.* Современные тенденции в деловом английском: материалы международного семинара: перевод с английского / А. Пилбим. Москва: Изд-во Моск. гос ин-та межд. отношений, 1997. 245 с.

6. *Hall, E. T.* Beyond culture / E. T. Hall. Garden City, NY: Doubleday, 1976. 256 p.

7. *McCarthy, M.* Academic Vocabulary in Use / M. McCarthy, F. O'Dell. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. 176 p.